

学校编码: 10384

学号: 17920081151173



分类号

密级

UDC

样式定义: 目录 1: 字体: 小三

厦门大学

硕士学位论文

福建移动外来工市场拓展策略

Migrant Labour Market Development Strategy of
China Mobile Fujian Division

翁晓琳

指导教师姓名: 赵 蓓 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2012 年 4 月

论文答辩时间: 2012 年 月

学位授予日起: 2012 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2012 年 4 月

厦门大学博士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：_____

_____年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（☐）1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（☐）2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

中文摘要

外来工市场是福建移动新增客户的重要来源，有效推进外来工市场拓展，不仅是福建移动推进三新战略的重要落脚点，也是体现企业社会责任的重要实践，因此对福建移动具有重要意义。当前福建通信行业市场竞争呈现白热化局面，三家基础运营商围绕客户规模抢夺展开激烈竞争，在外来工市场上面临着客户流失加剧、获取与维系客户的成本上升、价格战愈演愈烈等问题上表现尤为突出。作为市场主流运营商，如何适应市场环境变化，巩固客户规模优势，成为福建移动面对的最重要的挑战。

本文从消费者行为分析与市场营销策略组合的关系出发，基于消费者行为分析理论，建立了从外来工客户本身及外来工选择通信服务的购前、购中、购后三个环节进行分析的研究思路。

本文在市场调研与消费数据分析的基础上找到外来工客户需求特征与市场机会点，总结福建移动过往市场拓展存在的不足，以 4C 理论为指导提出了外来工市场拓展的体系化的营销策略组合建议。建议主要包括：充分把握外来工群体的差异化通信消费需求以及群体内新老外来工的个体差异，提出针对性的品牌策略，以客户基础通信需求与延伸需求为出发进行产品设计与匹配；在客户愿付成本方面，要将对客户愿付成本及竞争对手定价策略进行综合对比，将客户需要的产品进行打包销售；在客户便利方面，贴近生活触点扩大业务办理渠道、大力推广便捷的电子渠道；在客户沟通方面，建立多层次的客户沟通体系，促进客户满意度与忠诚度。

关键词：移动通信；外来工；消费者行为；营销策略组合

厦门大学博士论文摘要库

Abstract

Migrant labor market is an important source of new customer for China Mobile Fujian Division. In order to execute the 3 new strategies and to reflect social responsibility, developing migrant labor market is of great significance to Fujian Mobile. Currently 3 basic operators in the Fujian communication market are fiercely competing for customers. In the migrant labor market, we are faced with such problems such as increasing customer loss, rising cost in customers acquisition and retention, and intensification of price war. Therefore, how to adapt to the market conditions and how to consolidate the economies of scale are the most important challenges of Fujian Mobile.

This article investigates the relationship between consumer behavior and marketing. Based on the consumer behavior theory, the migrant worker's choice and decision before, during, and after purchase are analyzed. In addition, based on market research and analysis, this article summarizes migrant worker's demand and market opportunity.

By considering the market demand and entrepreneurial capacity, the author presents the marketing strategy in migrant labor market with the application of 4C marketing theory. The major marketing strategy includes grasping the differentiation of migrant labor's communication demand and the difference between the old and new generation migrant workers, which is used as a basis to put forward suggestions for the branding strategy and product design and matching. Regarding customer's willingness to pay, competitor's pricing strategy are analyzed and then productions are packaged and sold to meet customers' needs. Regarding channel, the traditional and electronic channels that are close to migrant worker's daily life should be enhanced for consumers' convenience. Regarding communication, multi-level communication system should be built in order to promote customer satisfaction and loyalty.

Key words: Mobile; Migrant workers; Consumer behavior; Marketing Mix

厦门大学博士论文摘要库

目 录

第一章 绪论 1

 第一节 研究背景及意义 1

 第二节 研究思路 3

 第三节 论文结构 3

第二章 理论综述 4

 第一节 消费者行为分析理论 4

 第二节 市场营销组合理论 9

 第三节 理论借鉴思考 11

第三章 外来工通信市场环境分析 12

 第一节 外来工通信市场宏观环境分析 12

 第二节 外来工通信市场竞争分析 16

 第三节 福建移动外来工通信市场形势总结 22

第四章 外来工通信消费行为分析 25

 第一节 分析方法 25

 第二节 外来工客户特征 27

 第三节 外来工通信消费购前分析 28

 第四节 外来工通信消费购中分析 34

 第五节 外来工通信消费购后分析 37

 第六节 外来工通信消费分析小结 40

第五章 福建移动外来工市场营销策略建议 43

 第一节 客户需求 43

 第二节 客户成本 47

 第三节 客户便利 51

 第四节 客户沟通 52

第六章 论文结论与不足 5756

带格式的: 段落间距段前: 1 行, 段后: 1 行

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

参考文献	5958
附录 A 调查问卷	6160
致 谢	7069
第一章 绪论	1
第一节 研究背景及意义	1
第二节 研究思路	3
第三节 论文结构	3
第二章 理论综述	4
第一节 消费者行为分析理论	4
第二节 市场营销组合理论	9
第三节 理论借鉴思考	11
第三章 外来工通信市场环境分析	12
第一节 外来工通信市场宏观环境分析	12
第二节 外来工通信市场竞争分析	16
第三节 福建移动外来工通信市场形势总结	21
第四章 外来工通信消费行为分析	25
第一节 分析方法	25
第二节 外来工客户特征	27
第三节 外来工通信消费购前分析	28
第四节 外来工通信消费购中分析	34
第五节 外来工通信消费购后分析	37
第六节 外来工通信消费分析小结	40
第五章 福建移动外来工市场营销策略建议	43
第一节 客户需求	43
第二节 客户成本	47
第三节 客户便利	51
第四节 客户沟通	52
第六章 论文结论与不足	56

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库